

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN RENTAL TANAMAN HIAS
DI CV PUTRA TANI**

**ANALYSIS OF CUSTOMER SATISFACTION OF ORNAMENTAL PLANTS
RENTAL IN CV PUTRA TANI**

Putrie Nurdiantiwi¹, Retno Lantarsih, Sulistiya
Fakultas Pertanian, Universitas Janabadra

Received Sept 29, 2017 – Accepted Oct 15, 2017 – Available online May 30, 2018

ABSTRACT

The research aims are to: (1) find out the rental property attributes of CV Putra Tani plants that need to be improved in order to increase customer satisfaction of CV Putra Tani; (2) analyze the level of customer satisfaction. Research location determined by purposive sampling in CV Putra Tani. Sampling was done by probability sample method by taking 100 rental consumers of ornamental plants as respondent. Data collected in form of primary and secondary data. To achieve the purpose of the first research using Likert scale scaling with Method of Importance Performance Analysis (IPA). To achieve the purpose of research goals used Method Customer Satisfaction Index (CSI). Based on the research results, the attributes included in the main priority are varieties of plants, the uniqueness of plants, the affordable price, and the suitability of the price with the quality of service and product quality. The result of the analysis of consumer satisfaction index by 0,74762, which mean that consumer including on satisfied criterion.

Key-words: consumer satisfaction, ornamental plants

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui atribut rental tanaman hias CV Putra Tani yang perlu diperbaiki dalam rangka meningkatkan kepuasan konsumen CV Putra Tani; (2) menganalisis tingkat kepuasan konsumen. Lokasi ditentukan secara *purposive sampling*: CV Putra Tani. Pengambilan sampel menggunakan teknik *probability sample*, sebanyak 100 konsumen rental tanaman hias. Data primer dan skunder didapatkan melalui kuesioner (angket), observasi, wawancara dan metode pencatatan. Untuk tujuan penelitian pertama menggunakan skoring *skala Likert* dengan Metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Untuk mencapai tujuan kedua digunakan Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI). Berdasarkan hasil penelitian didapatkan atribut yang masuk dalam prioritas utama yaitu jenis tanaman bervariasi, keunikan tanaman, harga yang terjangkau, serta kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan dan kualitas produk. Hasil analisis tingkat kepuasan konsumen sebesar 0,74762, berarti konsumen termasuk pada kriteria puas.

Kata kunci: kepuasan konsumen, tanaman hias

¹ Alamat penulis untuk korespondensi: Putrie Nurdiantiwi. E-mail: putrie.nurdiantiwi@gmail.com

PENDAHULUAN

Pemanasan global sudah dirasakan dampaknya di Indonesia. Hal ini disebabkan penebangan hutan secara liar yang secara terus menerus terjadi hampir di seluruh wilayah dunia. Meningkatnya pencemaran udara berdampak terhadap udara bersih menjadi sangat sulit didapatkan, tidak hanya di luar ruangan tetapi juga di dalam ruangan. Penipisan daya dukung sumber daya alam juga terjadi akibat dari aktivitas manusia dalam bidang industri, komersial, dan pribadi. Kondisi tersebut memunculkan berbagai permasalahan yang berkaitan dengan masalah lingkungan, yaitu tingkat kerusakan lingkungan yang semakin hari semakin parah serta mengancam kehidupan manusia. Untuk mengatasi hal tersebut upaya pelestarian lingkungan hidup merupakan suatu kebutuhan yang harus segera dilaksanakan dan tidak hanya menjadi tanggungjawab pemerintah melainkan tanggungjawab seluruh warga masyarakat (Lesmana 2013).

Ketidakramahan lingkungan tersebut membuat manusia membutuhkan sesuatu untuk menambah keasrian, misalnya dengan memberi tanaman di pekarangan rumah, ruang kantor, hotel, dan restoran. Tanaman dapat ditempatkan di dalam ruangan. Tanaman yang digunakan sebagai dekorasi adalah tanaman hias yang memiliki karakteristik tertentu, misalnya saja tanaman yang dapat hidup selama beberapa hari dalam ruangan, berdaun indah, dan tidak perlu disiram. Kegiatan menghias ruangan dengan tanaman hias ini dapat dilakukan sendiri, tetapi permasalahannya tidak semua yang berkeinginan menghijaukan ruangan dengan tanaman hias mempunyai waktu dan tenaga untuk merawatnya (Cahya 2000).

Kondisi di atas membuka peluang bisnis bagi para *nursery* yang pada awalnya hanya menjual benih dan bibit tanaman menjadi bisnis baru, yaitu rental tanaman. Keberadaan rental tanaman membantu pihak perkantoran yang memiliki kesulitan dalam merawat tanaman karena perawatan dan ketersediaan tanaman telah dijamin oleh *florist* yang menyewakan tanamannya.

Rental tanaman hias CV Putra Tani merupakan salah satu industri tanaman hias yang berkembang di Yogyakarta. CV Putra Tani bergerak dalam bidang bisnis tanaman, baik tanaman kehutanan, perkebunan maupun tanaman hias serta pembuatan taman.

Tujuan Penelitian ini adalah: (1) Mengetahui atribut rental tanaman hias untuk menghasilkan prioritas-prioritas perbaikan demi meningkatkan kepuasan konsumen CV Putra Tani dan (2) Menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap tanaman hias yang direntalkan oleh CV Putra Tani.

METODE PENELITIAN

Penelitian tentang analisis kepuasan konsumen rental tanaman hias di CV Putra Tani merupakan penelitian survei dan tidak menguji hipotesis atau penelitian non hipotesis. Penentuan lokasi menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu penentuan lokasi penelitian dengan menggunakan kriteria tertentu. Kriterianya adalah (1) Lokasi strategis, yaitu dekat dengan jalan raya atau ringroad, (2) Rental tanaman hias CV Putra Tani memiliki ≥ 50 konsumen dan (3) CV Putra Tani masih tetap bertahan dan bahkan berkembang hingga saat ini.

Adapun teknik penentuan sampel menggunakan teknik *probability sample*, yaitu teknik pengambilan sampel yang

memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono 2011). Jumlah konsumen yang dijadikan responden sejumlah 100 orang, sedangkan ukuran populasi diambil dari Desember 2013 sampai dengan Desember 2016. Sebelum melakukan penelitian, dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas instrumen penelitian. Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian dan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti (Sugiyono 2008). Dasar pengambilan keputusan dari teknik ini menurut Wiyono G (2011) adalah dengan melihat r hitung. Diketahui r tabel dengan taraf kesalahan lima persen, yaitu sebesar 0,361. Sedangkan reliabilitas pada dasarnya memiliki pengertian sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya (Suliyanto 2006). Suatu instrumen penelitian dinyatakan reliabel apabila nilai $r_{\text{alpha}} > 0,60$ (Sugiyono 2008).

Tujuan penelitian pertama untuk mengetahui atribut rental tanaman hias CV Putra Tani agar menghasilkan prioritas-prioritas perbaikan demi meningkatkan kepuasan konsumen maka dianalisis dengan skoring skala Likert, kemudian dianalisis menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Perhitungan tingkat kesesuaian antara tingkat kinerja dan harapan (Supranto 2006: 241) sebagai berikut.

$$T_{ki} = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

Keterangan:

T_{ki} = tingkat kesesuaian konsumen

X_i = skor penilaian kinerja perusahaan

Y_i = skor penilaian harapan konsumen

Perhitungan rata-rata tingkat kinerja dan harapan dihitung dengan rumus:

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Keterangan:

\bar{X} = skor rata-rata kinerja

\bar{Y} = skor rata-rata harapan

n = jumlah responden

Diagram *kartesianus* dihitung dengan rumus:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{X}_i}{K} \quad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{Y}_i}{K}$$

Keterangan:

\bar{X} = Skor rata-rata dari rata-rata tingkat kinerja

\bar{Y} = Skor rata-rata dari rata-rata tingkat harapan

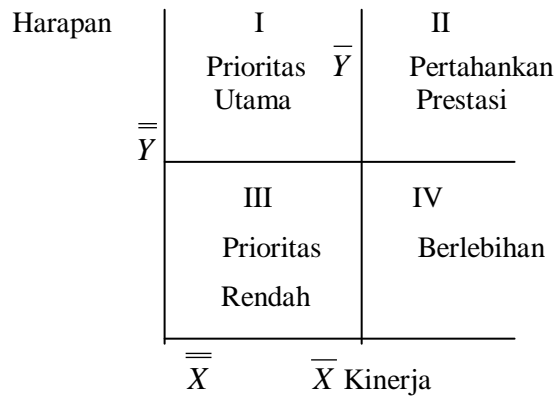
K = Banyaknya variabel atribut yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen

Penjabaran tiap atribut dalam diagram Kartesianus sebagaimana tampak pada Gambar 1.

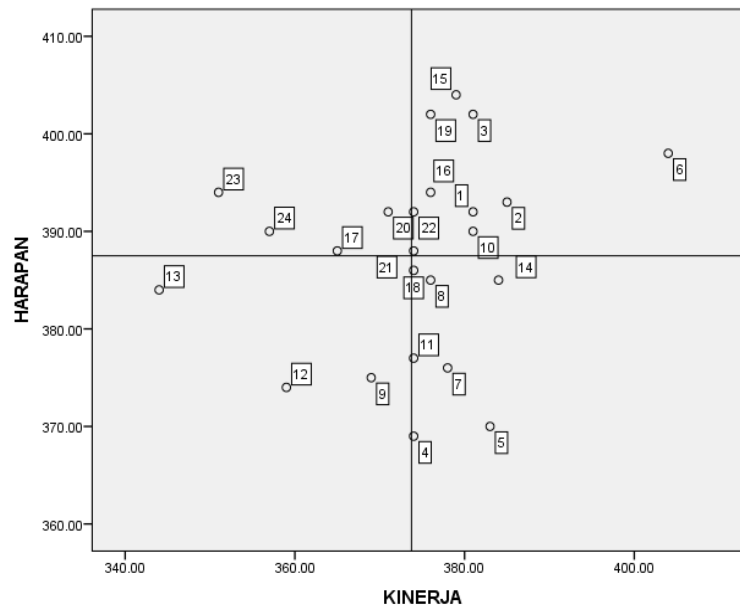
Selanjutnya tujuan kedua untuk menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap tanaman hias yang direntalkan oleh CV Putra Tani menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI). Metode ini digunakan untuk mengukur indeks kepuasan konsumen (*Indeks Satisfaction*) dari tingkat harapan (*importance*) dan tingkat kinerja (*performance*) yang berguna untuk pengembangan program pemasaran yang memengaruhi kepuasan pelanggan (Supranto 2006).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil untuk mengetahui atribut rental tanaman hias CV Putra Tani yang perlu diperbaiki melalui diagram Kartesianus (Gambar 2)



Gambar 1. Diagram Kartesius



Gambar 2. Kuadran Kartesius Penilaian Responden

Keterangan:

- | | |
|-------------------------------------|---|
| 1. <i>Desain interior</i> | 8. Kemampuan menyelesaikan keluhan |
| 2. Lokasi yang mudah dijangkau | 9. Profesionalisme kerja |
| 3. Keindahan lokasidisplay | 10. Pelayanan yang memuaskan |
| 4. Keamanan selama pelayanan rental | 11. Pelayanan berdasarkan kesepakatan waktu |
| 5. Menjalin hubungan baik | 12. Ketepatan waktu pelayanan |
| 6. Pelayanan yang ramah | 13. Pengetahuan karyawan |
| 7. Keterampilan karyawan | 14. Kemampuan berkomunikasi |

15. Rasa percaya konsumen
16. Kualitas tanaman baik
17. Jenis tanaman bervariasi
18. Warna tanaman menarik
19. Tren tanaman
20. Keunikan tanaman
21. Daya tahan tanaman
22. Nilai estetika
23. Harga yang terjangkau
24. Kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan dan kualitas produk.

Prioritas Utama (Kuadran I). Atribut ini terletak pada kuadran pertama, sehingga menjadi prioritas utama perusahaan karena memiliki tingkat harapan yang tinggi tetapi tingkat kinerjanya rendah, perbaikan atribut ini akan memberikan dampak yang besar terhadap kepuasan konsumen.

Dalam pelaksanaannya, jenis tanaman yang direntalkan masih belum bervariasi dan tergolong tanaman yang sesuai pasaran rental tanaman hias pada umumnya, sehingga diharapkan perusahaan dapat menambah koleksi tanaman hias yang direntalkan, agar kepuasan konsumen meningkat.

Untuk harga yang diberlakukan pada rental tanaman hias ini, diharapkan dapat sesuai pada standar pasar yang ada sesuai dengan kualitas pelayanan dan kualitas produk yang diberlakukan oleh rental tanaman hias ini. Perusahaan perlu memberikan paket hemat ataupun penawaran menarik lainnya, agar konsumen merasa bahwa harga yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan kualitas pelayanan dan kualitas produk yang ditawarkan oleh pihak rental tanaman hias CV Putra Tani.

Pertahankan Prestasi (Kuadran II). Atribut yang berada pada kuadran dua dinilai memiliki tingkat harapan dan kinerja

yang tinggi. Sehubungan dengan hal tersebut, pihak perusahaan harus dapat mempertahankan prestasinya, kemudian meningkatkan kinerja terhadap atribut yang bersangkutan di masa yang akan datang, sehingga konsumen tetap memberikan pandangan yang baik terhadap kualitas rental tanaman hias CV Putra Tani dan kepuasan konsumen tetap terjaga.

Prioritas Rendah (Kuadran III). Pada saat ini, atribut yang berada pada kuadran ketiga terdiri dari atribut yang dianggap memiliki tingkat kepentingan rendah oleh responden sehingga perbaikannya menjadi prioritas rendah karena memiliki tingkat harapan dan kinerja yang rendah.

Berlebihan (Kuadran IV). Atribut-atribut yang mempunyai tingkat harapan yang rendah, tetapi memiliki tingkat pelaksanaan kinerja tinggi berada pada kuadran keempat. Atribut pada kuadran ini dinilai konsumen sudah memiliki kinerja yang tinggi sehingga CV Putra Tani tidak perlu mengkhawatirkan dampak yang ditimbulkan oleh kinerja atribut tersebut.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Lodhita et al. (2014) yang menyatakan bahwa atribut yang masuk pada kuadran I diprioritaskan untuk diperbaiki, atributnya antara lain kecepatan proses penyajian, kesigapan, dan kesediaan dalam melayani pelanggan dan keramahan kepada pelanggan. Hasil ini juga sesuai hasil penelitian Kurniawati et al. (2013) yang menyatakan bahwa atribut harga, isi atau ukuran, rasa, kepraktisan kemasan, manfaat, kondisi kemasan saat dibeli, kecepatan pelayanan pembelian, kejelasan masa kadaluarsa, dan kejelasan kehalalan produk masuk pada kuadran II sehingga atribut tersebut harus dipertahankan, karena

menjadikan minuman sari alang-alang merk “Pesona” unggul di mata konsumen.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan hasil penelitian Yuliani (2014) yang menyatakan bahwa atribut yang masuk pada kuadran III menggambarkan atribut yang dianggap kurang penting oleh konsumen dan tingkat kinerja pada kenyataannya tidak terlalu baik, atributnya antara lain penampilan dan kerapian karyawan EPB, kemudahan mendapatkan informasi dari petugas di EPB, dan tempat sarana penyampian keluhan, kritik maupun saran terhadap mutu pelayanan EPB.

Hasil yang sama dikemukakan oleh Dianto (2013) yang menyatakan bahwa penampilan karyawan, kesediaan melayani pelanggan, dan petugas profesional masuk pada kuadran IV, sehingga pihak perusahaan perlu untuk mempertahankan atribut ini agar berdampak positif bagi kepuasan konsumen.

Dalam menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap tanaman hias yang direntalkan oleh CV Putra Tani, penelitian ini menggunakan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) terdapat pada tabel 1. Nilai rata-rata pada tingkat harapan dan tingkat kinerja masing-masing atribut produk digunakan untuk menghitung indeks kepuasan konsumen. Dalam penghitungan *Weighting Factor* (WF), yaitu mengubah nilai rata-rata harapan menjadi angka persentase dari total rata-rata tingkat harapan seluruh atribut yang diuji, didapatkan total WF sebesar 1. Dalam menghitung *Weighted Score* (WS) dilakukan dengan mengalikan nilai rata-rata tingkat kinerja masing-masing atribut dengan WF masing-masing atribut. Perhitungan *Weighted Total* (WT) dilakukan dengan menjumlahkan WS dari semua atribut. Dalam menghitung *Satisfaction Index*, dilakukan dengan membagi WT dengan

skala maksimum yang digunakan (dalam penelitian ini skala maksimal adalah 5), kemudian dikalikan dengan 1. Nilai *weighted total* sebesar 3.7381204, nilai ini merupakan penjumlahan dari *weighted score* seluruh atribut rental tanaman hias CV Putra Tani. Angka *customer satisfaction index* diperoleh dengan membagi nilai *weighted score* dengan skala maksimum (skala 5) yang digunakan dalam penelitian ini. Dengan demikian *customer satisfaction index* adalah $3.7381204/5 = 0.747624$. Nilai indeks kepuasan rental tanaman hias keseluruhan sebesar 0,747624 ini berada pada rentang 0,66 hingga 0,80 dengan begitu indeks kepuasan keseluruhan konsumen termasuk pada kriteria puas.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Suwarno (2015) yang menyatakan bahwa nilai indeks kepuasan konsumen sebesar 76,91 persen atau berada pada rentang nilai *customer satisfaction index*(CSI) 66% hingga 80 persen yang berarti tingkat kepuasan konsumen Kafe *coffetime* secara keseluruhan berada dalam kategori puas.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Berdasar analisis IPA (*Importance Performance Analysis*), didapatkan hasil:
 - a. Prioritas perbaikan kinerjanya adalah jenis tanaman bervariasi, keunikan tanaman, harga yang terjangkau, serta kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan, dan kualitas produk. Atribut tersebut harus mendapatkan perhatian yang lebih dari pihak perusahaan agar tercipta kepuasan konsumen sehingga terjadi pengulangan untuk menggunakan jasa rental tanaman hias. Apabila perusahaan tidak memperbaiki, di waktu yang akan datang konsumen akan beralih ke produk atau jasa pesaing yang

mampu memberikan kualitas yang bagus sesuai harapan mereka.

- b. Atribut yang harus dipertahankan adalah *desain interior*, lokasi yang mudah dijangkau, keindahan lokasi *display* tanaman hias, pelayanan yang ramah, pelayanan yang memuaskan, rasa percaya konsumen, kualitas tanaman baik, tren tanaman, daya tahan tanaman, dan nilai estetika. Sehubungan dengan kinerja atribut yang dinilai mempunyai tingkat harapan yang rendah dan kinerja yang baik, pihak perusahaan harus dapat mempertahankan prestasinya karena atribut ini menjadikan produk atau jasa tersebut unggul dimata konsumen, kemudian lebih meningkatkan kinerja atribut dimasa yang akan datang agar kepuasan konsumen tetap terjaga.
- c. Sedangkan atribut yang menjadi prioritas rendah perusahaan adalah profesionalisme kerja, ketepatan waktu pelayanan, dan pengetahuan karyawan. Peningkatan ketiga atribut tersebut perlu dipertimbangkan kembali karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan oleh konsumen sangat kecil, sehingga perusahaan belum perlu melakukan perbaikan dalam waktu dekat. Namun konsumen menganggap bahwa kinerja pada atribut tersebut rendah, sehingga perusahaan perlu memperbaiki kinerja atribut tersebut di masa yang akan datang mengingat banyaknya pesaing di industri rental tanaman hias.
- d. Atribut yang dinilai berlebihan meliputi keamanan selama pelayanan rental, menjalin hubungan baik, keterampilan karyawan, kemampuan menyelesaikan keluhan, pelayanan berdasarkan

kesepakatan waktu, kemampuan berkomunikasi, dan warna tanaman menarik. Atribut tersebut tingkat harapannya dianggap rendah oleh konsumen, tetapi kinerja dari atribut tersebut dianggap tinggi oleh konsumen. Hal yang harus dilakukan untuk mengantisipasi hal ini adalah mengurangi peningkatan kinerja atribut tersebut agar perusahaan dapat menghemat biaya.

2. Untuk indeks kepuasan konsumen secara keseluruhan yang berhasil dicapai rental tanaman hias CV Putra tani sebesar 0,747624, artinya perusahaan berada di posisi memuaskan konsumen

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan serta kesimpulan, maka disarankan sebagai berikut.

1. Perusahaan dalam waktu dekat perlu meningkatkan kualitas atribut yang masuk dalam prioritas utama, yaitu jenis tanaman bervariasi, keunikan tanaman, harga yang terjangkau, serta kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan dan kualitas produk.
2. Pihak perusahaan sebaiknya membuat promosi atau iklan yang sifatnya mengajak untuk menciptakan suasana yang hijau, baik di dalam maupun di luar ruangan sehingga peminat rental tanaman hias akan semakin bertambah.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada pimpinan serta karyawan rental tanaman hias CV Putra Tani yang telah memberikan kesempatan dan dukungan penulis untuk melaksanakan penelitian ini; serta para konsumen rental tanaman hias yang telah bersedia menjadi responden.

Tabel 1 Perhitungan *Customer Satisfaction Index* Rental Tanaman Hias

ATRIBUT	Rataan Skor Harapan (RSH)	Weighting Factor {WF= RSH/89.7}	Rataan Skor Kinerja (RSK)	Weighted Score {WS=RSK X WF}
1. Desain interior	3.92	0.042150538	3.81	0.160593548
2. Lokasi yang mudah dijangkau	3.93	0.042258065	3.85	0.162693548
3. Keindahan lokasi display	4.02	0.043225806	3.81	0.164690323
4. Keamanan selama pelayanan rental	3.69	0.039677419	3.74	0.148393548
5. Menjalinkan hubungan baik	3.7	0.039784946	3.83	0.152376344
6. Pelayanan yang ramah	3.98	0.042795699	4.04	0.172894624
7. Keterampilan karyawan	3.76	0.040430108	3.78	0.152825806
8. Kemampuan menyelesaikan keluhan	3.85	0.041397849	3.76	0.155655914
9. Profesionalisme kerja	3.75	0.040322581	3.69	0.148790323
10. Pelayanan yang memuaskan	3.9	0.041935484	3.81	0.159774194
11. Pelayanan berdasarkan kesepakatan waktu	3.77	0.040537634	3.74	0.151610753
12. Ketepatan waktu pelayanan	3.74	0.040215054	3.59	0.144372043
13. Pengetahuan karyawan	3.84	0.041290323	3.44	0.14203871
14. Kemampuan berkomunikasi	3.85	0.041397849	3.84	0.158967742
15. Rasa percaya konsumen	4.04	0.04344086	3.79	0.16464086
16. Kualitas tanaman baik	3.94	0.042365591	3.76	0.159294624
17. Jenis tanaman bervariasi	3.88	0.04172043	3.65	0.15227957
18. Warna tanaman menarik	3.86	0.041505376	3.74	0.155230108
19. Tren tanaman	4.02	0.043225806	3.76	0.162529032
20. Keunikan tanaman	3.92	0.042150538	3.71	0.156378495
21. Daya tahan tanaman	3.88	0.04172043	3.74	0.156034409
22. Nilai estetika	3.92	0.042150538	3.74	0.157643011
23. Harga yang terjangkau	3.94	0.042365591	3.51	0.148703226
24. Kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan dan kualitas produk	3.9	0.041935484	3.57	0.149709677
JUMLAH	93	1	89.7	3.73812043
CSI = (3.73812 : 5) = 0,747624 (PUAS)				

DAFTAR PUSTAKA

- Cahya, Ingrid Maryane. 2000. *Kelayakan Usaha Rental Tanaman Hias*. Skripsi, Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor.
- Dianto, Indra Wahyu. 2013. *Analisis Kepuasan Konsumen Waroeng Steak & Shake Jln. Cendrawasih no. 30 Yogyakarta*. Skripsi, Fakultas Pertanian, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Kurniawati, Dwi Amalia, dkk. 2013. *Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Produk Minuman Sari Alang-Alang Merk "Pesona" dengan Metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Customer Satisfaction Index (CSI)*. Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Brawijaya.
- Lesmana, Ridwan. 2013. *Pengembangan Gerakan Go Green di Sekolah dalam Meningkatkan Nasionalisme (Studi Kasus di SMK Negeri 2 Kabupaten Subang)*. Skripsi, Universitas Pendidikan Indonesia.
- Lodhita, Heru Eka dkk. 2014. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode IPA (Importance Performance Analysis) dan CSI (Customer Satisfaction Index) Studi Kasus pada Toko Oen, Malang*. Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Brawijaya.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, 2011. *Statistik Untuk Penelitian*. Alfabeta, Bandung.
- Suliyanto. 2006. *Metode Riset Bisnis*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Supranto, J. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Ketiga. Rineka Cipta, Jakarta.
- Suwarno, Rudi Hadi. 2015. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan Tingkat Kepentingan dan Kinerja Pelayanan Kafe Coffetime di Samarinda. *E-Journal Administrasi Bisnis ISSN 2355-5408*, 3 (1): 115-126.
- Yuliani, Yuni Dwi. 2014. *Pengaruh Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan pada Ekalokasari Plaza Bogor*. Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor.